

# Audis Flottenstrategie

Die Produkt-Offensive ist im vollen Gange. Wir sprechen mit Stefan Quary (Vertriebschef Deutschland) und Carsten Kortüm (Großkundenchef) über die Gegenwart und die Zukunft.



Fotos: Michael Blumenstein

Der A6 e-tron zählt zu den neuen Hoffnungsträgern in Ingolstadt und kann diese zum Großteil auch erfüllen.

**Wir sind mit dem neuen A5 nach Ingolstadt gekommen. Eine Sache, die uns im Auto gestört hat, ist der Klavierlack. Der ist zwar optisch ansprechend, aber nach wie vor anfällig für Kratzer und Gebrauchsspuren. Warum hält Audi trotzdem weiterhin an diesem Material fest?**

**Stefan Quary:** Tatsächlich sehen wir, dass Klavierlack nach wie vor von unseren Kundinnen und Kunden sehr stark nachgefragt wird. Wir erhalten klares Feedback aus Kundenerhebun-

gen und sogenannten Car-Clinics, dass diese Oberfläche optisch sehr geschätzt wird.

**Audi reduziert trotz Premiumanspruchs zunehmend die Komplexität und Vielfalt der Ausstattungsmöglichkeiten. Welche strategischen Überlegungen stecken hinter dieser Entscheidung?**

**C. Kortüm:** Wir richten unsere Ausstattungspolitik eng an den tatsächlichen Kundenpräferenzen aus. Wenn

eine überwältigende Mehrheit sich auf wenige Ausstattungsvarianten fokussiert, sehen wir darin einen klaren Anlass, Komplexität zu reduzieren. Dies erleichtert uns nicht nur die Produktions- und Lagerhaltung, sondern führt letztlich auch zu einer klareren Angebotsstruktur für unsere Kundinnen und Kunden.

**Die letzten Jahre waren von Lieferverzögerungen und Unsicherheiten geprägt. Wie zufrieden waren**



Carsten Kortüm verspricht wieder mehr Individualität beim Konfigurieren.

### Audi-Kunden trotz dieser Herausforderungen?

**S. Quary:** Unsere Kundinnen und Kunden haben uns in dieser herausfordernden Zeit große Loyalität gezeigt. Trotz längerer Lieferzeiten und vieler externer Einflüsse, die die gesamte Branche betroffen haben, ist die Zufriedenheit auf einem hohen Niveau geblieben. Diese Loyalität sehen wir auch daran, wie gut unsere neue Produktoffensive von den Kunden angenommen wird. In zahlreichen Gesprächen – etwa bei Veranstaltungen wie dem ‚Club of Progress‘ – wurde deutlich, dass unsere Kundinnen und Kunden die Weiterentwicklung des Portfolios nicht nur bemerken, sondern auch sehr positiv bewerten. Das zeigt uns, dass sich das Warten für viele gelohnt hat.

### Audi legt großen Wert auf intuitive Bedienbarkeit. Wie bewerten Ihre Kunden die Bedienbarkeit und Ergonomie der neuen Modellgeneration?

**C. Kortüm:** Die Rückmeldungen zur Bedienbarkeit unserer neuen Fahrzeuge sind durchweg positiv. Kundinnen und Kunden schätzen, dass sie sich sofort zu Hause fühlen, wenn sie in eines unserer Fahrzeuge steigen. Diese Bedienphilosophie ermöglicht es, sich schnell zurechtzufinden – un-

abhängig vom konkreten Modell. Wir sehen darin einen echten Wettbewerbsvorteil. Gerade im Flottenbereich ist eine konsistente Bedienlogik über verschiedene Modelle hinweg ein wichtiger Faktor für die Akzeptanz und Zufriedenheit der Nutzer.

**Immer wieder kritisieren Kunden, dass beliebte Extras wie die Lenkradheizung nur noch in großen Ausstattungspaketen erhältlich sind. Weshalb verzichtet Audi auf**

### eine flexiblere Einzelbestellung dieser Optionen?

**S. Quary:** Diese Kritik ist uns bekannt und wir nehmen sie sehr ernst. Es ist richtig, dass wir bei Modellen wie dem Audi Q4 e-tron oder A6 e-tron bestimmte Optionen nur in Paketen angeboten haben. Das war in manchen Fällen nicht optimal – etwa, wenn eine Lenkradheizung nur in Kombination mit einem teuren Technikpaket erhältlich war. Wir haben diese Rückmeldung aufgenommen und konkrete Anpassungen geplant, die in Kürze wirksam werden. Ziel ist es, künftig mehr Flexibilität und Individualität zuzulassen, ohne dabei die Vorteile der Paketlogik zu verlieren. Denn klar ist auch: Paketstrukturen helfen, Komplexität zu reduzieren.

### Für Flottenkunden sind unterschiedliche Antriebsarten entscheidend, um verschiedene Bedürfnisse abzudecken. Wie beurteilen Sie die Relevanz der gesamten Antriebspalette von Benzinern über Hybride bis hin zu vollelektrischen Fahrzeugen?

**C. Kortüm:** Die Vielfalt unserer Antriebe ist für viele unserer Flottenkunden ein klarer Mehrwert. Jeder Kunde und jede Kundin hat andere Anforderungen – je nachdem, welche Strecken



Die beiden Profis freuen sich auf die neuen Modelle und viel Antriebsvielfalt.



Quary sieht einige Stromer auf Augenhöhe (Reichweite, Preis) mit Verbrennern.

gefahren werden, welche Infrastruktur zur Verfügung steht oder welche Nachhaltigkeitsziele verfolgt werden. Deshalb bieten wir weiterhin eine breite Palette an: von Benzinern über Diesel und Plug-in-Hybride bis hin zu reinen Elektrofahrzeugen. Besonders erfreulich ist, dass wir nun mit Modellen wie dem Audi Q6 e-tron und dem Audi A6 e-tron ein starkes vollelektrisches Angebot haben, das auch für Außendienstflotten hervorragend geeignet ist. Vor allem letzterer überzeugt mit einer elektrischen Reichweite von bis zu 750 Kilometern und kann an einer geeigneten Schnellladesäule in 10 Minuten über 300 Kilometer nachladen. Damit ist er aus meiner Sicht auf Augenhöhe mit den Verbrennermodellen.

**Der Plug-in-Hybrid (Phev) wird als Alternative bei vielen Modellen angeboten. Welche sind es genau?**

**S. Quary:** Vom neuen A6 gibt es e-hybrid-Varianten, im Q5 werden wir ebenso e-hybrid-Varianten wiedersehen und weitere werden folgen.

**Apropos Modellvielfalt: Wie glücklich sind Sie, dass es die alte Nomenklatur wieder bei Audi gibt?**

**C. Kortüm:** Da viele Fuhrparks Modellbezeichnungen wie A4, A5 oder A6 etabliert haben, glauben wir, dass der Schritt zurück aus Flottensicht eine richtige Entscheidung war, um den Kundinnen und Kunden eine einfache und stringente Orientierung zu bieten.

**Inwiefern beeinflussen Themen wie ESG (environmental, social,**

**governance) und CO<sub>2</sub>-Compliance derzeit die Entscheidung der Flottenkunden von Audi?**

**C. Kortüm:** ESG-Kriterien und CO<sub>2</sub>-Regularien gewinnen zunehmend an Bedeutung, insbesondere bei größeren Unternehmen. Viele unserer Kundinnen und Kunden sehen den Fuhrpark als zentralen Hebel, um ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Wir erleben aktuell, dass zahlreiche Unternehmen sukzessive ihre Verbrennerflotten reduzieren und direkt auf vollelektrische Fahrzeuge umsteigen. Vor allem Konzerne mit mehr als 100 Fahrzeugen orientieren sich stark an ESG-Vorgaben. Für uns bedeutet das, dass wir nicht nur mit passenden Produkten, sondern auch mit Beratung und Lösungen zur Ladeinfrastruktur zur Seite stehen müssen.

**Viele Kunden wünschen sich dringend schnellere Lademöglichkeiten. Wann wird Audi eine 22-kW-AC-Ladeoption wieder anbieten, um diesen Bedürfnissen gerecht zu werden?**

**C. Kortüm:** Wir wissen, dass die 22-kW-AC-Ladefähigkeit für viele Kundinnen und Kunden – insbesondere im urbanen Bereich oder bei Geschäftsterminen – einen großen Unterschied macht. Gerade für Nutzerinnen und Nutzer, die während eines

zweistündigen Kundentermins ihr Fahrzeug effizient nachladen möchten, ist das ein enormer Komfortgewinn. Deshalb werden wir bei den Modellen A6 e-tron und Q6 e-tron diese Option noch zeitnah im Lifecycle anbieten. Für viele ist das eine wichtige Ergänzung zum Schnellladen, das weiterhin im Fokus bleibt.

**Wie nimmt Audi aktuell die Preisensibilität bei Flottenkunden wahr, insbesondere angesichts der Kostenangleichung zwischen Verbrennern und Elektrofahrzeugen?**

**S. Quary:** Wir stellen fest, dass sich die Leasingraten für Elektrofahrzeuge und Verbrenner inzwischen stark angenähert haben. Das liegt unter anderem daran, dass wir in unseren neuen Modellen viele restwertrelevante Ausstattungsmerkmale serienmäßig integrieren. Diese verbessern die Leasingkonditionen und tragen zur Wertstabilität bei. Besonders im Flottengeschäft mit über 80 Prozent Leasinganteil ist das ein zentraler Faktor. Dadurch hat sich die Diskussion um Mehrkosten für Elektrofahrzeuge deutlich entspannt.

**Sie sprachen gerade die Leasingrate an. Dafür entscheidend sind die Restwerte, die wiederum von der Ausstattung beeinflusst werden. Nach welchen Faktoren werden die Niveaus zusammengestellt?**

**S. Quary:** Restwerte sind für uns ein zentraler Steuerungsfaktor, insbesondere im Flottengeschäft, wo Leasingraten eine große Rolle bei der Fahrzeugwahl spielen. Wir analysieren deshalb sehr genau, welche Ausstattungsmerkmale sich positiv auf den Restwert auswirken – also beispielsweise Assistenzsysteme, hochwertige Materialien oder moderne Lichttechnologien. Diese besonders rest-

Der Schritt zurück zu den alten Modellbezeichnungen hilft den Flotten in deren Car-Policies.

wertrelevanten Features nehmen wir zunehmend in die Serienausstattung auf. So stellen wir sicher, dass unsere Fahrzeuge auch im Wiederverkauf attraktiv bleiben und gleichzeitig für unsere Flottenkunden wirtschaftlich interessant sind.

**Restwerte zahlen wieder auf die Ratio ein. Wie sieht es mit der Emotionalität der Marke aus? Konkret: Welchen Stellenwert haben die Dienstwagen von Audi hinsichtlich der Mitarbeiterbindung und Motivation?**

**C. Kortüm:** Dienstwagen sind nach wie vor ein extrem wichtiges Instrument für die Mitarbeiterbindung. Sie bieten nicht nur einen geldwerten Vorteil, sondern sind auch ein Ausdruck von Wertschätzung und ein wirkungsvolles Motivationsinstrument. Gerade im Wettbewerb um Fachkräfte und im Hinblick auf Employer-Branding kommen der Qualität und Attraktivität des Dienstwagens große Bedeutung zu. Deshalb legen wir viel Wert darauf, dass unsere Flottenfahrzeuge sowohl funktional überzeugen als auch emotional ansprechen – zum Beispiel durch Design, Ausstattung und innovative Technik.

**Der Wettbewerb durch neue Marken aus China nimmt stetig zu. Wie schätzt Audi diese neue Konkurrenz insbesondere im Flottenmarkt ein?**

**C. Kortüm:** Wir beobachten die neuen Wettbewerber sehr genau und nehmen sie ernst. Insbesondere im Premiumsegment sind die Kundenanforderungen aber komplex: Sie erwarten nicht nur ein gutes Produkt, sondern ein vollständiges Service-Ökosystem. Hier sehen wir uns durch unser etabliertes Händler- und Servicenetz im Vorteil. Denn für viele Fuhrparks ist maximale Verfügbarkeit entscheidend – inklusive Ersatzmobilität, Wartung und schneller Hilfe im Schadensfall. In diesem Gesamtpaket sind wir nach wie vor führend.

**Q6, A5, A6, Q3 – die Produktoffensive geht munter voran. Wann wird**



**Die Markterfolge werden 2026 messbar, sind beide Manager sicher.**

**sich das auf den Marktanteil im Flottenbereich niederschlagen?**

**S. Quary:** Wir haben immer gesagt, dass 2024 Teil einer Übergangsphase war. In der befinden wir uns immer noch. Insofern wird 2026 das erste voll messbare Jahr werden, in dem die neuen Produkte voll einzahlen. Wir sind sicher, dass wir dann eine ganz

andere Geschichte schreiben können als in den vergangenen Monaten. Ich schaue dann allerdings nur noch von der Seitenlinie zu, da ich altersbedingt im Sommer ausscheide.

**Herr Quary, Herr Kortüm, herzlichen Dank für das Gespräch.**

*mb, rs*